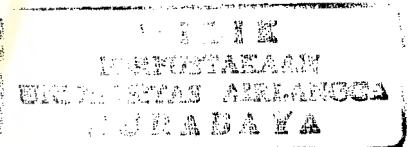


**PENERAPAN *CUSTOMER PROFITABILITY ANALYSIS*  
SEBAGAI ALAT UNTUK PENGENDALIAN BIAYA  
PELANGGAN PADA PT. "X" DI SURABAYA**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN  
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI  
JURUSAN AKUNTANSI**



**DIAJUKAN OLEH  
RETNO YUSIANA**

**No. Pokok : 049812099-E**

**KEPADA  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA  
2004**

**SKRIPSI**

**PENERAPAN *CUSTOMER PROFITABILITY ANALYSIS*  
SEBAGAI ALAT UNTUK PENGENDALIAN BIAYA  
PELANGGAN PADA PT. "X" DI SURABAYA**

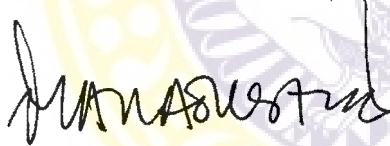
**DIAJUKAN OLEH :**

**RETNO YUSIANA**

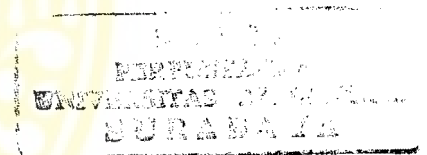
**No. Pokok : 049812099 E**

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH**

**DOSEN PEMBIMBING,**



**Dra. DIAN AGUSTIA, Msi. Ak**



**TANGGAL** 3-8-04 .....

**KETUA PROGRAM STUDI,**



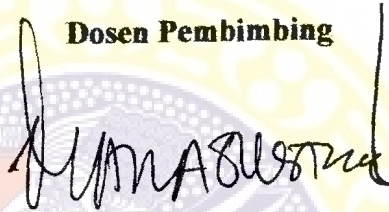
**Drs. M SUYUNUS, MAFIS. Ak**

**TANGGAL** 3-8-04 .....

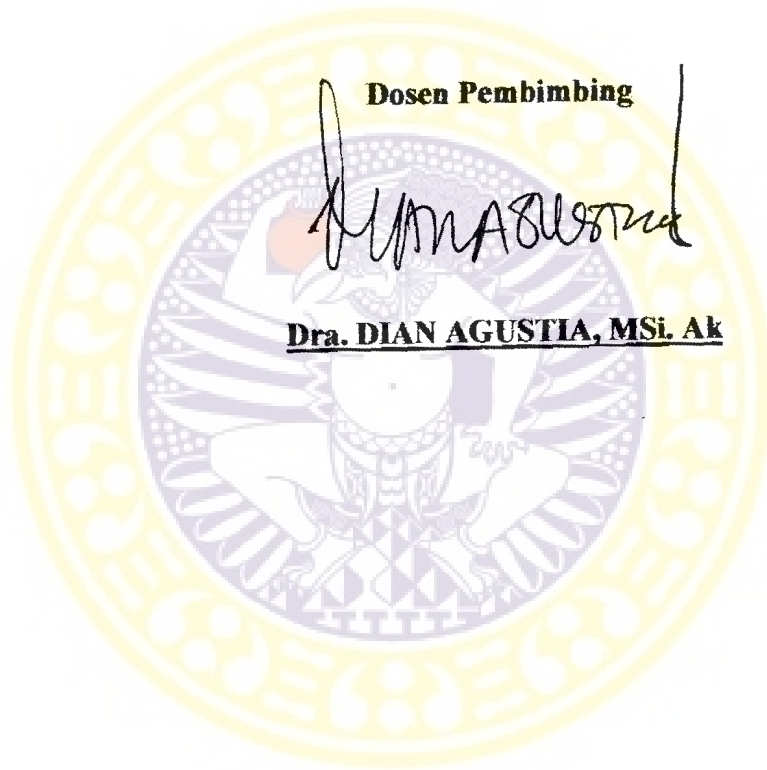
Surabaya,.....25 Juni 2009.....

**Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji**

**Dosen Pembimbing**



**Dra. DIAN AGUSTIA, MSI. Ak**



## ABSTRAK

Dalam era perdagangan bebas yang semakin kompetitif, PT 'X' sebagai perusahaan yang memproduksi berbagai macam produk pipa, perlu mengarahkan orientasi dan aktivitas mereka pada pelanggan dengan memberikan pelayanan yang memuaskan. Perbedaan aktivitas pelayanan bagi masing-masing pelanggan akan menimbulkan biaya yang berbeda pula. *Customer profitability analysis* ini berusaha mengidentifikasi berapa jumlah penjualan tiap pelanggan serta berapa jumlah biaya yang ditimbulkan dari aktivitas-aktivitas pelayanan ke pelanggan kemudian menentukan besarnya profitabilitas tiap pelanggan. Untuk dapat membebaskan biaya-biaya ke pelanggan dengan akurat maka digunakan suatu metode yaitu metode *activity based costing*, sehingga dapat ditentukan *grade* para pelanggan dan pengendalian biaya pada tiap pelanggan. Oleh karena itu PT 'X' perlu melakukan penerapan *customer profitability analysis* sebagai alat untuk pengendalian biaya pelanggan.

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Data-data PT "X", yaitu laporan laba-rugi, data penjualan dan data-data biaya yang digunakan oleh penulis untuk melakukan analisis dalam pengambilan keputusan perusahaan.

Berdasarkan hasil analisis tersebut diketahui bahwa pelanggan menyebar pada empat kategori yang ada pada *decision grid analysis*. Kelompok *winer* dan *potensial* merupakan pelanggan yang menguntungkan dan harus dipertahankan. Kelompok ini memiliki persentase laba bersih di atas 13,13 %. Sedangkan pelanggan pada kelompok *problem* dan *loser* merupakan pelanggan yang merugikan dan perlu diperhatikan. Hal ini disebabkan karena pelanggan tersebut memberikan kontribusi laba bersih yang kecil daripada kelompok pelanggan lainnya, yaitu memiliki persentase laba bersih lebih kecil dari 13,13 %.

Dapat diambil kesimpulan bahwa *customer profitability analysis* ini dapat memberikan informasi mengenai pelanggan mana yang menguntungkan dan yang tidak menguntungkan bagi perusahaan. Hal ini memungkinkan bagi pihak manajemen PT 'X' untuk melakukan pengendalian biaya melalui pengendalian aktivitas dengan tetap berfokus pada pelanggan.